

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
 BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Produk	10
1. Pengertian Kualitas Produk	10
2. Pentingnya Kualitas Produk	11
3. Dimensi Kualitas Produk.....	11
4. Perspektif Kualitas Produk	12
5. Kualitas Produk menurut Perspektif Islam.....	14

B. Desain Produk	15
1. Pengertian Desain Produk.....	15
2. Desain Bentuk dan Ukuran Produk	16
3. Desain Fungsi Produk.....	16
4. Indikator Desain Produk	17
C. Saluran Distribusi	18
1. Pengertian Saluran Distribusi	18
2. Fungsi Saluran Distribusi	19
3. Sistem Saluran Distribusi	20
D. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	21
1. Definisi <i>Brand Image</i>	21
2. Faktor –faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	23
3. Indikator <i>Brand Image</i>	24
E. Keputusan Pembelian.....	25
1. Pengertian Keputusan Pembelian	25
2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	26
3. Tahapan Proses Keputusan Pembelian	28
F. Penelitian Terdahulu	30
G. Kerangka Berfikir.....	32
H. Hipotesis Penelitian	33

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
B. Sumber Data	38
C. Teknik Pengumpulan Data	39
D. Lokasi Penelitian	40
E. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel.....	41
F. Tata Variabel Penelitian	42
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variabel</i>).....	42

2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variabel</i>)	43
G. Definisi Operasional	43
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas.....	46
I. Uji Asumsi Klasik	47
1. Uji Multikolinearitas.....	47
2. Uji Autokorelasi	48
3. Uji Normalitas	49
4. Uji Heteroskedastisitas.....	49
J. Analisis Data	50
1. Regresi Linier Berganda	50
2. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)	51
3. Uji Koefisien Regresi secara Bersama-sama (Uji F).....	51
4. Koefisien Determinasi	52

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
B. Gambaran Umum Responden	55
1. Usia Responden.....	55
2. Uang Saku Responden	56
3. Membership Responden.....	56
4. Pengetahuan Produk	57
C. Deskripsi Statistik Angket Responden.....	58
D. Uji Instrumen.....	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas.....	60
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
F. Hasil Analisis Data.....	62
1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
2. Hasil Analisis Uji Hipotesis	63

G. Pembahasan dan Analisis.....	65
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Paris pada Mahasiswi IAIN Kudus.	65
2. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Paris pada Mahasiswi IAIN Kudus.	66
3. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Paris pada Mahasiswi IAIN Kudus	67
4. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Paris pada Mahasiswi IAIN Kudus.....	68
H. Implikasi Penelitian	69
1. Teoritik.....	69
2. Praktik.....	69
BAB V. PENUTUP	
A. Simpulan	70
B. Keterbatasan Penelitian.....	70
C. Saran	71
D. Penutup	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Index</i> 2015-2017	6
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4.1	Deskripsi Statistik Usia Responden	55
Tabel 4.2	Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan Uang Saku	56
Tabel 4.3	Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan Membership.....	56
Tabel 4.4	Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan Pengetahuan Produk	57
Tabel 4.5	Deskripsi Statistik Angket Responden.....	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Responden.....	59
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Responden.....	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
Tabel 4.9	Hasil Uji Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
-------------------------------------	----

